



РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

Н.М. ИЛЬИН

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ — НАСУЩНАЯ ЗАДАЧА ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Товар как важнейшую категорию общественного воспроизводства рассматривают такие науки, как экономика, техника, социология, эстетика, а системно и глубоко — товароведение, где он изучается как объект потребительной стоимости. Являясь важнейшей категорией общественного воспроизводства, потребительная стоимость товаров рассматривается в товароведении с позиции удовлетворения потребностей человека.

Потребительная стоимость товаров имеет двойственный характер. В каждом конкретном товаре она проявляется как способность удовлетворять определенную конкретную потребность. Мерой такой единичной потребительной стоимости, обусловленной потребительными свойствами товара, выступает его качество. Соответствующий уровень качества товаров определяет степень удовлетворения потребностей человека. Изучение качества товаров как меры их конкретной потребительной стоимости является объектом товароведения и составляет его важнейшую задачу. При этом качество исследуется с учетом естественно-природной сущности товара как материального тела, потребительных свойств и ценности, а также функционирования на этапах создания, товародвижения реализации и потребления.

Понятие “качество товаров”, начиная с 60-х гг. XX в., подверглось обстоятельному, глубокому научному обсуждению в широких кругах специалистов, в том числе товароведов. Хотя до настоящего времени есть разные точки зрения на сущность качества товаров, в научной терминологии имеется общепризнанное его определение, которое закреплено как в национальных, так и международных стандартах (ИСО).

Вторая сторона потребительной стоимости обусловлена общественным функционированием товаров во взаимосвязи с многообразием потребностей людей и многогранностью их проявления. Как известно, потребности людей дифференцированы по множеству признаков, в зависимости от возраста, семейного положения, социально-экономических условий, индивидуальных особенностей и др. Так, конструктивные и размерные показатели изделий, их фасон, модель, состав, расцветка и т.п., выступающие определенными качественными признаками товаров, по-разному оцениваются людьми. В одном случае они могут иметь существенное значение в определении потребительной ценности, а следовательно, качества товара, в другом — те же признаки могут признаваться несущественными в оценке его качества. Например, одежда, несоответствующая с человеком, в принципе, не мо-

жет им использоваться и не представляет ценности для него. Различные условия жизнедеятельности человека требуют соответствующих изделий для удовлетворения его потребностей.

Следовательно, необходимы товары, различающиеся по множеству признаков, потребительным свойствам в соответствии с особенностями людей и предъявляемым спросом. Функцию соответствия товарной массы потребностям населения в обществе выполняет совокупно-общественная потребительная стоимость, выступающая в форме товарной массы, которую принято называть ассортиментом товаров.

Следует учитывать, что ассортимент товаров имеет свойства, показатели, не сводимые к характеристикам отдельных товаров. Ведь он призван удовлетворять потребности совокупного потребителя. Можно иметь высококачественные товары, но если их видовой состав, разнообразие и структура не будут соответствовать потребностям населения, то и значительная их часть не будет удовлетворена.

Проблемы ассортимента товаров, его функционирования в общественном воспроизводстве в товароведении долгое время не получали признания. Теория ассортимента не изучалась, не анализировалось его состояние во взаимосвязи с потребностями. В учебной литературе ассортимент отдельных групп товаров рассматривался описательно в виде общей группировки и характеристики товаров. В отдельных учебниках и учебных пособиях по товароведению понятие “ассортимент товаров” вообще отсутствует [1, 2, 3, 4].

В определенной мере недостаточный уровень научной разработки ассортимента товаров объясняется тем, что, выделившись из технологии производства, в течение длительного времени товароведение считалось сугубо технической дисциплиной, и почти все научно-исследовательские работы ученых-товароведов были посвящены добытию фактов о единичной потребительной стоимости. Основным в исследовании было выявить закономерности формирования свойств и показатели качества под влиянием действия различных факторов. По сути, эмпирический уровень товароведных исследований являлся доминирующим. Теоретические исследования не получили всестороннего развития.

Сказывалось и то, что в научной специальности товароведение не было самостоятельным и выступало как “товароведение промышленных товаров и сырья легкой промышленности”. Естественно, научные исследования в основном ограничивались изучением продукции легкой промышленности.

Разумеется, необходимость исследований материально-вещественных свойств товаров не вызывает сомнений, так как именно они выступают субстанцией, основой потребительных свойств и определяют потребительную ценность, качество. Однако такая односторонняя фокусировка научных исследований не способствовала разработке теории товароведения, всестороннему рассмотрению потребительной стоимости. По сути, проблемы совокупно-общественной потребительной стоимости начали разрабатываться лишь с конца 60-х гг. прошлого столетия.

Поскольку теория ассортимента товаров и процессы ее функционирования в общественном воспроизводстве были слабо разработаны в учебной литературе и научных публикациях, ученые смежных направлений занялись их изучением. В 1972 г. Всесоюзным научно-исследовательским институтом технической эстетики была проведена общесоюзная конференция “Проблемы формирования ассортимента товаров народного потребления” [5]. В ряде выступлений на конференции были рассмотрены некоторые положения теории ассортимента товаров, однако разный профиль специалистов, своеобразие их подходов не позволили систематизировать общие положения этой теории. В странах с рыночной экономикой отдельные ее положения изучаются в маркетинге, но акцент делается на анализ деятельности фирм по формированию ассортимента.

Исследование данной теории призвано раскрыть теоретические положения функционирования ассортимента товаров в общественном воспроизводстве, процессы количественных и качественных изменений в составе и структуре ассортимента предметов потребления во взаимосвязи с развитием производства и самого

человека, выявить условия и характер формирования и управления ассортиментом товаров в системе общественного воспроизводства, прогрессивном, социально-экономическом развитии общества. Именно ассортимент предметов потребления является важнейшей составляющей конечного продукта общественного производства и уровня жизни населения. Фактически сложившийся ассортимент используемых в обществе предметов потребления определяет физическое и духовное состояние людей, организацию их труда, быта и отдыха, общую жизнедеятельность и, по сути, отражает реализацию достижений общества в решении главной цели.

В этой связи теория ассортимента исследует рост общественного богатства, эффективности общественного труда, повышение материального и культурного уровня жизни и улучшение структуры личного потребления, обеспечения наиболее полного удовлетворения материальных и духовных потребностей людей. При этом немаловажное значение имеет выявление влияния ассортимента товаров на психологию, здоровье, работоспособность, развитие человека и эффективность его деятельности.

Высокая значимость совершенствования ассортимента товаров в общественном воспроизводстве все в большей мере осознается в обществе и привлекает ученых к исследованию теории ассортимента товаров. Приоритет в разработке данной теории принадлежит кафедре товароведения непродовольственных товаров Белорусского государственного экономического университета и ее бывшему заведующему В.П. Цвелодубу. По результатам исследований им опубликовано 80 научных работ, рассматривающих состояние и функционирование ассортимента непродовольственных товаров в различных сферах общественного воспроизводства. Двадцать из этих работ посвящены вопросам рассматриваемой теории. В.П. Цвелодубом дано обоснование научного направления ассортиментологии товаров, сделана попытка сформулировать законы функционирования ассортимента товаров, разработана методика его анализа.

В последние годы круг ученых — исследователей ассортимента — значительно расширился. Важно, что теоретические аспекты ассортимента нашли отражение в учебнике по теоретическим основам товароведения [6]. М.А. Николаева дает общую характеристику ассортимента товаров, рассматривает свойства и показатели ассортимента, излагает вопросы управления им с учетом факторов его формирования. Большой интерес представляет монографическое издание И.В. Егорова “Управление товарными системами” [7]. Отдельные положения теории ассортимента товаров рассматриваются в работах Ф.Н. Алескерова, М.М. Дарбиняна, И.А. Дмитриева, Г.Ф. Пугачевского, В.П. Склянникова, Б.Д. Семака и др.

Несмотря на широкое распространение в научной, учебной, популярной литературе, в периодической печати понятия “ассортимент товаров”, оно не имеет общепризнанной трактовки, а подходы ученых к его определению весьма различны. Они базируются на выделении различных признаков функционирования ассортимента товаров в разных сферах общественного воспроизводства. Многие авторы, рассматривая ассортимент товаров, вкладывают разный смысл в это понятие, что создает трудности в работе. В этой связи особую значимость имеет определение понятийного аппарата.

Ряд авторов рассматривают ассортимент товаров как перечень или номенклатуру товаров. Так, М.А. Самохина, А.Л. Фингарет, Ш.К. Ганцов отмечают: “Под ассортиментом товаров понимается перечень товаров, объединенных определенным признаком” [8, 57]. Почти аналогичную формулировку дают В.А. Агбаш и другие в учебном пособии “Товароведение непродовольственных товаров” [9, 11]. М. Леви, Б.А. Вейтц считают: “Ассортимент — число различных наименований продуктов в одной товарной категории” [10, 39].

Такой подход к определению ассортимента, на наш взгляд, ограничивает его сущность. Ведь перечень, или номенклатура представляют собой лишь список товаров, не отражая тех многочисленных связей, которые существуют меж-

ду изделиями, а также потребностями людей и средствами их удовлетворения. Исключение из перечня тех или иных товаров по сути не повлияет на оставшиеся товары.

Некоторые авторы рассматривают ассортимент товаров как их подбор в соответствии с каким-либо признаком [11, 80; 12, 28; 13, 242; 14, 29]. Так, Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин отмечают: “Ассортиментом называют подбор (набор) товаров разных видов и разновидностей” [11, 80]. Определение ассортимента товаров как “подбор”, на наш взгляд, неудачно, так как это слово не имеет однозначного толкования. В первую очередь “подбор” представляется как некоторая деятельность по формированию чего-либо, во втором значении — как результат деятельности. Неоднозначность не позволяет точно сформулировать понятие “ассортимент товаров”. Отдельные интерпретации в определениях [12–14] существенно не влияют на рассмотрение анализируемого понятия.

Многие авторы видят ассортимент товаров как тот или иной набор [15, 19; 16, 138–139; 17, 181; 18]. “Ассортимент товаров — набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности” — пишет М.А. Николаева [6]. “Ассортимент товаров — набор различных товаров, их видов и разновидностей по какому-либо признаку” — отмечают В. Даненбург, Р. Монкриф, В. Тейлор [19, 112]. “Под ассортиментом товаров понимают набор разных товарных видов и разновидностей, объединенных по потребительному, торговому, производственному или материально-техническому признаку” [20, 51]. Определение ассортимента товаров как набора следует считать недостаточно точным. В русском языке слово “набор” имеет несколько смысловых значений. Чаще всего оно употребляется в обозначении какого-то комплекта изделий общего функционального назначения для удовлетворения определенной потребности. Например, набор инструментов, посуды, мебели и т.п. Сложно рассматривать ассортимент товаров, функционирующих в обществе в различных сферах, как некоторый набор. Набор товаров указывает более узкую конкретную определенность.

Правильнее представляется определение ассортимента товаров термином “совокупность”. Он точнее выражает сущность того многообразия товаров, которое характерно для их ассортимента по сравнению с перечнем, номенклатурой, подбором и набором. В последние годы этот термин стал распространенным при рассмотрении ассортимента товаров [21, 80]. “Под ассортиментом изделий понимается совокупность их видов, разновидностей, сортов, объединенных или сочетающихся по определенному сырьевому, производственному, потребительскому или какому-нибудь иному признаку” — отмечает М.М. Дарбинян [22, 13]. У Н.В. Ануфриева и А.А. Федосеева: “Под ассортиментом товаров понимается совокупность товаров, объединенных по какому-либо признаку” [23, 70].

Вместе с тем отдельные авторы рассматривают ассортимент товаров как некоторую их совокупность, не имеющую отношения к производственному и торговому ассортименту товаров. Так, Ф.Г. Панкратов и В.К. Памбухчиянц пишут: “Ассортимент товаров — совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку”. И здесь же указывают: “Производственным ассортиментом называют номенклатуру товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными предприятиями, а также другими изготовителями”. И далее: “Торговый ассортимент представляет собой номенклатуру товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети” [24, 161]. Аналогичное мнение имеют и некоторые другие ученые [15, 16, 17].

Представляется, что понятие “ассортимент товаров” имеет всеобщий характер независимо от сферы его функционирования в общественном воспроизводстве и допускать столь разное его толкование неправомерно.

Следует отметить такую важную особенность ассортимента товаров, как системность. Это подчеркивают В.П. Цвелодуб, И.В. Егоров [25, 19; 7]. Совокупность товаров в ассортименте характеризуется определенным единством,

выражающим взаимосвязь между отдельными изделиями в системе в целом. Действительно, ассортимент товаров представляет собой не случайную совокупность, а целенаправленно сформированную, в которой состояние отдельных изделий, их соотношение находятся в сложной взаимозависимости. Системный подход использует представление о системе как о целостности, обладающей свойствами неаддитивности.

Поэтому важно исследование системных сочетаний товаров, отражающих состав, структуру, взаимосвязь и взаимозависимость в ассортименте, функционирующих не хаотично и случайно, а целенаправленно в соответствии с деятельностью людей, образующих тот или иной ассортимент товаров.

Как справедливо отмечает абсолютное большинство авторов, ассортимент товаров рассматривается в соответствии с каким-либо признаком. Можно сказать, что нет вообще ассортимента безотносительно к объекту рассмотрения. Ассортимент товаров существует всегда конкретно. Эту конкретность определяет тот или иной признак, указывающий, что имеется в виду в каждом случае. Можно сказать, что всегда ассортимент товаров представляет собой физическое существование и функционирование определенной совокупности конкретных изделий.

Приведенные определения понятия “ассортимент товаров” дают возможность сформулировать его как совокупность товаров, образующих систему в соответствии с каким-либо признаком.

Ассортимент товаров рассматривается по множеству признаков. Они определяются условиями и факторами производства, обмена и потребления. Можно отметить важнейшие признаки ассортимента товаров как системы, прежде всего подчеркнув, что ассортимент предметов потребления представляет искусственную систему. Она не природная, а создана человеком в процессе его деятельности. Производство материальных благ, удовлетворение потребностей людей является необходимой основой и условием их существования и жизнедеятельности. Это также материальная система, образованная различными реально существующими предметами как определенными материальными телами с соответствующей химической, физической и биологической природой.

Ассортимент товаров представляет сложную систему. В ней товары различаются многообразием естественно-природных и потребительных свойств, особенностей назначения, характера использования, участия в удовлетворении потребностей, эффекта потребления. Они различаются по исходным материалам, конструктивным решениям и технологиям изготовления, объемным, линейным и габаритным размерным показателям, сохранности, срокам потребления и множеству других особенностей. Сложность ассортимента товаров обусловлена также различием его функционирования на разных фазах общественного воспроизводства. На уровне общественного воспроизводства это сверхбольшая система, включающая сотни тысяч различных товаров. Сегодня отсутствуют конкретные данные, выражающие количество изделий, образующих ассортимент товаров в общественном воспроизводстве. По результатам социологических исследований потребности современного человека удовлетворяют более четырех тысяч изделий.

Общая система товаров состоит из множества подсистем в соответствии с фазами общественного воспроизводства и их структурными образованиями. Выделяют промышленный (производственный) ассортимент — совокупность товаров, образующих систему, вырабатываемую предприятиями отраслей производства. Ассортимент производимых товаров составляет материальную основу удовлетворения потребностей населения, обеспечивая непрерывность общественного воспроизводства. Он формирует товарное предложение, выступающее основным элементом рынка.

Производственный ассортимент товаров может рассматриваться по иерархии в разрезе отрасли, подотрасли промышленности и в соответствии со структурными образованиями: концерн, объединение, фирма, предприятие, цех, участок.

Торговый ассортимент товаров — совокупность товаров, образующих систему, реализуемых в торговле. Торговый ассортимент функционирует в струк-

турах торговли и может рассматриваться по формам торговли (оптовая, розничная), формам собственности (государственная, акционерная, кооперативная, частная), типам организации, фирм, предприятий, а также по ряду других признаков.

В сфере потребления функционирует совокупность вещей, образующих систему и удовлетворяющих потребности людей. Ассортимент потребляемых вещей выступает как конечный результат производства и торговли. Он образует значительную часть материального богатства общества.

В потреблении ассортимент изделий дифференцируется по многим признакам, обусловленным демографической структурой, социально-экономическими условиями жизни, национальными традициями, индивидуальными особенностями людей, их вкусами, потребительскими предпочтениями.

Как известно, материальный уровень жизни определяется не только текущим потреблением, но и накоплением имущества, а следовательно, необходимо рассматривать состояние ассортимента изделий с учетом сроков службы.

Рассматривая особенности ассортимента товаров, важно отметить, что это открытая и динамичная совокупность товаров, в которой постоянно происходят количественные и качественные изменения. Одновременно с удовлетворением потребностей, оценкой вещей формируются новые требования к изделиям. Они обусловлены стремлением повысить уровень удовлетворения потребностей с учетом более высокой полезности, их устойчивости в потреблении, снижении затрат времени на получение эффекта, создании изделий в гармонии с биологической природой самого человека, целесообразного использования ресурсов и т.д.

Стремление к совершенствованию видов и структуры производимых в обществе изделий носит объективный характер и выступает как закономерный процесс, поскольку находится в единстве с естественным назначением общественного производства. Объективные предпосылки развития ассортимента товаров обусловлены постоянным совершенствованием производства, научно-техническим прогрессом, который рождает все новые и новые материалы, машины, приборы, автоматы, роботы, повышает технический и культурный уровень самого человека. Общественное разделение труда, образование мирового рынка дифференцируют производство, а возрастающий уровень запросов людей дифференцирует потребности. Так, в диалектическом разрешении противоречия между потребностями и производством создается постоянно расширяющийся и обновляющийся, количественно и качественно изменяющийся предметный мир.

В числе важнейших насущных проблем теории и практики совокупно-общественной потребительной стоимости является определение принципов формирования ассортимента товаров в общественном воспроизводстве как необходимого условия его регулирования и управления им.

Формирование ассортимента товаров в общественном воспроизводстве имеет много аспектов. Принципы и особенности формирования ассортимента товаров в различных сферах общественного воспроизводства существенно различаются, на них действует множество факторов. Вместе с тем главный принцип — удовлетворение потребностей — выступает как исходное условие формирования ассортимента потребительских товаров при их производстве, товародвижении, торговле и потреблении. Проблемы формирования ассортимента потребительских товаров многочисленны, разнородны и многогранны. Они различаются по масштабам, имеют специфику рассмотрения и решения в отраслевом, товарно-групповом, региональном разрезах. Исследование процессов формирования ассортимента товаров, разработка практических рекомендаций по его оптимизации имеют исключительно важное значение в жизни общества.

Подводя итог, следует отметить, что познание закономерностей функционирования ассортимента товаров в общественном воспроизводстве, исследование процессов развития, условий формирования, разработка принципов управления совокупно-общественной потребительной стоимостью является важнейшей насущ-

ной задачей товароведения. Целевой установкой формирования ассортиментной политики в обществе выступает человек со всем многообразием его потребностей, вкусов, интересов.

Литература

1. *Теплов В.И., Сероштан М.В., Боряев В.Е., Панасенко В.А.* Коммерческое товароведение. М., 2000.
2. *Кругляков Г.Н., Круглякова Г.В.* Товароведение продовольственных товаров. Ростов, 1999.
3. *Гончарова В.Н., Голощакова Е.Я.* Товароведение пищевых продуктов. М., 1990.
4. *Матюхина З.П., Королькова Э.П.* Товароведение пищевых продуктов. М., 1999.
5. Проблемы формирования ассортимента товаров народного потребления. М., 1972.
6. *Николаева М.А.* Товароведение потребительских товаров. М., 1997.
7. *Егоров И.В.* Управление товарными системами. М., 2001.
8. *Самохина М.А., Фингарет А.Л., Ганцов Ш.К.* Введение в товароведение промышленных товаров. М., 1977.
9. *Азбаи В.А.* и др. Товароведение непродовольственных товаров. М., 1989.
10. *Леви М., Вейтц Б.А.* Основы розничной торговли / Пер. с англ. СПб., 1999.
11. *Алексеев Н.С., Ганцов Ш.К., Кутянин Г.И.* Теоретические основы непродовольственных товаров. М., 1988.
12. *Булгаков Н.В.* Введение в товароведение промышленных товаров. М., 1965.
13. Товарный словарь. М., 1956, Т. 1.
14. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. М., 1964.
15. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами / Под ред. А.Н. Неверова, Т. Чалых. М., 2001.
16. *Драмшева С.Т.* Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. М., 1996.
17. *Колесик А.А., Елизарова Л.Г.* Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. М., 1990.
18. Товароведение продовольственных товаров / Под общ. ред. О.А. Брилевского. Мн., 2001.
19. *Даненбург В., Монкриф Р., Тейлор В.* Основы оптовой торговли / Пер. с англ. СПб., 1993.
20. *Ермакова О.В.* Введение в товароведение непродовольственных товаров. М., 1985.
21. *Акулич И.Л., Демченко Е.В.* Основы маркетинга. Мн., 1999.
22. *Дарбинян М.М.* Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле. М., 1971.
23. *Ануфриев Н.В., Федосеев А.А.* Технология работы магазина. М., 1983.
24. *Панкратов Ф.Г., Памбухчиянц В.К.* Коммерция и технология торговли. М., 1994.
25. *Цвелодуб В.П.* Некоторые проблемы теории ассортиментологии промышленных товаров // Вопросы технологии товароведения изделий легкой промышленности. Вып. 1. Мн., 1971.